

---

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2000/2001

Februari/Mac 2001

**YBP 223 - PERIKLANAN**

Masa : 2 jam

---

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **DUA** soalan.

Sumbangan markah bagi tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Jelaskan lima daripada konsep-konsep berikut dengan menggunakan contoh-contoh yang relevan:

- [a] pendedahan selektif
- [b] penyelidikan eksploratori
- [c] kesan hirarki
- [d] premis jualan
- [e] strategi continuity, flighting, dan "pulsing"
- [f] strategi edaran
- [g] ledakan (clutter)
- [h] "Aperture"

2. Definisikan rancangan periklanan. Dengan menggunakan contoh satu produk yang terdapat di pasaran, terangkan bagaimana kempen periklanannya dibangunkan.

3. Persekitaran proses periklanan dibahagikan kepada dua, iaitu persekitaran dalaman dan luaran. Bincangkan elemen-elemen dalaman kedua-dua persekitaran.
4. Kunci kepada strategi periklanan ialah keupayaan menukar ciri-ciri produk kepada faedah-faedah yang didapati oleh pengguna. Lihat ciri-ciri kereta nasional yang baru dan tukarkannya kepada kenyataan-kenyataan faedah pengguna.
  - [a] Sistem brek berkomputer yang canggih yang mengesan tekanan pedal yang tepat untuk semua jenis permukaan jalan.
  - [b] Bateri istimewa mempunyai bahagian berasingan, yang menyesuaikan suhu dalaman kereta.
  - [c] Cermin sekeliling kereta yang unik dilengkapi ciri "sun-screen" yang menghalang 'sinaran ultra violet'.
  - [d] Sistem memori yang diprogramkan untuk tempat duduk pemandu yang akan mengubahsuaikan ketinggian dan jarak antara pedal dan stering untuk setiap pemandu kereta tersebut.